

однако на россиян эта оценка не распространяется, российско-польские отношения также видятся как непростые, с большим количеством взаимных опасений, обид и противоречий.

Кондакова Ю. В.

**«МЕДВЕДЬ» ГЛАЗАМИ «МАРИАННЫ»:
К ВОПРОСУ ОБ ИМИДЖЕ РОССИИ
ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРЕССЕ**

С XVI века образ медведя маркирует российское государство в глазах западных обывателей. Классический труд С. Герберштейна «Записки о Московии» (1549), переведенный на все европейские языки, немало поспособствовал формированию мифа о медведях, свободно разгуливающих по российским городам. Характерно, что «медведь относится к ряду устойчивых символов России и “русскости”, в числе, скажем, таких, как русский мороз, Сибирь, русский деспотизм, русская икра, русская водка, а в Новейшее время – русский балет, *matrioshka*, автомат Калашникова и российская коррупция. Но именно медведь стал самым понятным и востребованным атрибутом России для западного сознания» [6].

Для обозначения России «медведь» используется во многих западных странах, однако во французской политической прессе этот образ – особенный, характеризующийся двойственностью. По этому поводу вспоминается известная французская карикатура 1893 г., поводом для которой послужил франко-русский союз. Марианна (Франция) кокетничает с лежащим с ней в постели огромным медведем (Россия): «Скажи-ка, дорогуша, я отдам тебе сердце, но получу ли я твою шубку зимой?» [3]. Фривольная карикатура обнажает специфику французского видения образа «России = медведя» (*Russie = l'ours*) – зверь силен, грозен и в то же время неуклюж, простодушен, в чем-то забавен (мишка – любимая плюшевая игрушка, с которой день и ночь не расстаются многие женщины и дети).

Для анализа имиджевых характеристик страны, представляемых в концепте «*Russie = l'ours*» во французской политической прессе, была произведена выборка статей за последние десять лет из ряда ведущих французских изданий («*Le Monde*», «*Le Figaro*», «*Liberation*», «*L'Humanite*», «*Le Nouvel Observateur*», «*L'Express*», «*Les Echos*», «*La Tribune*»). Концепт, в целом, характеризуется нестабильностью, порою полярностью смыслов, которые можно подразделить на 4 группы:

1. Грозный медведь как выражение агрессивной, жестокой, антигуманной политики России («Разбудили спящего медведя, вот и

стал он лес разорять», «...образ агрессивного медведя и сегодня не утратил своей актуальности» [1]; «Беззубый медведь не так страшен, как тот, что оскаливает белоснежные клыки» [4]).

2. Игрушечный медведь как выражение неоправданности исходящей от России опасности и связанной с ней русофобией во Франции («Россия не является врагом или угрозой для Европы... все ее (России. – Ю. К.) громкие и великодержавные заявления скрывают тот факт, что на самом деле она похожа на игрушечного медведя» [5]).

3. Сильный медведь как выражение умения России постоять за свои интересы («Русский “медведь” ответил американскому “волку”» [7], «Стоит ли удивляться и возмущаться тому, что медведь выпускает когти, когда его кусают за ногу?» [2]).

4. Раненый медведь как выражение кризиса («...раненому русскому медведю грозит рецессия» [9], «русский медведь... походит на раненого зверя» [9]).

Следует признать, что, хотя смыслы 1 группы (агрессивный, коварный, вероломный образ страны, представляющей собою угрозу европейскому сообществу) пока еще преобладают, укрепляются и позиции смыслов 4 группы, однако есть хоть и нестабильная тенденция, связанная с расширением смыслов 3 группы. Как отмечает известный ученый, публицист Эмманюэль Тодд, антироссийский настрой французской прессы, который, к сожалению, все еще имеет место, обусловлен элементарным незнанием истории, в частности, истории Второй мировой войны, так как «Европа находится в неоплатном долгу перед Россией» [8]. Возможно, расширение культурных связей Франции и России поспособствует если не созданию ореола притягательности России для французского сознания, то хотя бы снижению отчужденности, и «Марианна» взглянет на «Медведя» иначе...

ЛИТЕРАТУРА

1. Беза Ж.-М. Европа, «медведь» и газ («Le Monde», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми. URL: <http://www.inosmi.ru/russia/20090108/246492.html> (дата обращения: 14.01.2015).
2. Гетта Б. Настоящая причина этой войны («Liberation», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми. 2008. 14 авг. URL: <http://www.inosmi.ru/stories/07/04/25/3510/240958.html> (дата обращения: 26.01.2015).
3. Марианна (национальное прозвище) [Электронный ресурс] // АКАДЕМИК. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1023992> (дата обращения: 15.01.2015).
4. Медведь и голландская болезнь («La Tribune», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми: сайт. 2008. 17 окт. URL: <http://www.inosmi.ru/inrussia/20081017/244727.html> (дата обращения: 12.01.2015).

5. Нугайред Н. Франция и Россия: недомолвки и трезвый расчет («Le Monde», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми. 2010. 29 янв. URL: <http://www.inosmi.ru/europe/20081017/244727.html> (дата обращения: 14.01.2015).
6. Россомехин А., Хрусталева Д. Россия как медведь. [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2008. № 1 (57). URL: <http://www.nlobooks.ru/rus/nz-online/619/828/842/> (дата обращения: 14.01.2015).
7. Русский «медведь» ответил американскому «волку» («Le Figaro», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми. 2006. 12 мая URL: <http://www.inosmi.ru/inrussia/20060512/227421.html> (дата обращения: 15.01.2015).
8. Федоров С. М. Франция – Россия, Россия – Франция: асимметрия восприятия [Электронный ресурс] // Перспективы. 2008. 26 апр. URL: http://www.perspektivy.info/history/francija__rossija__rossija__francija_asimmetrija_vosprijatija_2008-04-26.htm (дата обращения: 26.01.2015).
9. Франсуа Р. Путин проиграл в экономической войне? («La Tribune», Франция) [Электронный ресурс] // ИноСми. 2015. 16 янв. URL: <http://inosmi.ru/russia/20150116/225596023.html> (дата обращения: 18.01.2015).

Лашевская А. Д.

О РОЛИ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРАЗДНИКОВ (НА ПРИМЕРЕ 4 И 7 НОЯБРЯ)

Средства массовой информации, а в частности телевизионные новости, являются наиболее распространенным источником информации о различных событиях в стране и в мире. В том числе это касается и государственных праздников. Так, по результатам нашего опроса жителей Екатеринбурга старше 18 лет (выборка 1 200 человек с квотированием по полу, возрасту, району), проведенного в мае-ноябре 2014 г., 64,3 % горожан получают информацию о праздниках и мероприятиях из телевизионных новостей.

Представляется особенно актуальным проанализировать, какой образ праздников 4 ноября (День народного единства) и 7 ноября (День Октябрьской революции) формируется посредством СМИ. Для анализа мы собрали всю информацию, посвященную праздникам, которая звучала в новостных выпусках на Первом канале 4 и 7 ноября с 2005 по 2013 год, далее был сделан контент-анализ документов.

Объем информации, посвященный празднику 7 ноября существенно меньше: в 2005–2006 разница почти в 4 раза по сравнению с 4 ноября. В 2007 г. увеличивается объем информации, посвященный обоим праздникам, но соотношение остается практически та-